

Action N°1

Modification de la LME

A grey rectangular banner with white text, tilted slightly to the right. The text reads "RELATIONS AU SEIN DE LA FILIÈRE".

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Les relations commerciales, notamment dans le secteur des produits alimentaires, sont caractérisés par des tensions récurrentes entre les acteurs de la chaîne d'approvisionnement, rendues plus aiguës par la volatilité des cours des matières premières agricoles.

La LME a établi un cadre juridique dont l'objectif est le maintien des équilibres au sein des filières économiques et la garantie de relations commerciales transparentes. La persistance de certaines pratiques montre toutefois que les dispositions législatives du code de commerce ne sont pas toujours pleinement respectées.

Compte tenu de l'atomisation des fournisseurs et de la concentration des distributeurs, le rapport de force est parfois déséquilibré entre partenaires commerciaux.

Les objectifs visés sont de trois ordres :

- le renforcement de la transparence des relations commerciales entre fournisseurs et distributeurs,
- la préservation de l'équilibre de la relation commerciale, notamment face à la volatilité des cours des matières premières agricoles et alimentaires,
- la meilleure application des sanctions.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

La LME a établi un cadre juridique dont l'objectif est le maintien des équilibres au sein des filières économiques et la garantie de relations commerciales transparentes.

Or, les enquêtes de la DGCCRF ont mis en évidence des tentatives de contournement (date d'entrée en application de la convention unique, formalisme non respecté, engagements non mentionnés, refus en bloc des CGV ...). Par ailleurs, la question de la répercussion en cours d'année des hausses des cours des matières premières est l'un des principaux sujets de tension dans les relations entre fournisseurs et distributeurs.

Le projet de loi sur la consommation s'inscrit dans la poursuite du mouvement d'encadrement des relations contractuelles dans un objectif de transparence et de respect entre les parties.

PILOTE

Etat (DGCCRF) – Parlement

CALENDRIER

2 mai 2013 : présentation du projet de loi sur la consommation en Conseil des Ministres
Examen à l'Assemblée Nationale en juin 2013 puis au Sénat à l'automne 2013

Action N°2

Cotations et indices permettant d'objectiver les variations des prix des matières premières

RELATIONS AU
SEIN DE LA FILIÈRE

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Dans un souci de fluidification et de transparence des relations commerciales entre tous les maillons de la filière, il apparaît important de disposer de davantage d'indices ou de cotations pour suivre l'évolution des prix de certains produits agroalimentaires utilisés comme matière première à des stades ultérieurs de la filière. Ainsi, il paraît utile de définir les produits pour lesquels il n'y a pas d'information sur les prix utilisables, et d'étudier dans quelle mesure des données, indices ou cotations supplémentaires peuvent être établies pour pallier ces lacunes. La finalité de l'action est que tous les acteurs de la filière puissent se référer librement à des données qui ne souffrent d'aucune contestation, ce qui participerait à une amélioration marquée des relations au sein de la filière.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Il sera mis en place dans les plus brefs délais au second semestre 2013 un groupe de travail regroupant tous les maillons de la filière, incluant les interprofessions et associant les producteurs actuels d'information, de cotations et d'indices de prix dans l'agroalimentaire (*INSEE, FranceAgriMer, SSP*), afin d'identifier les produits alimentaires pour lesquels la couverture statistique est jugée non satisfaisante.

Un comité de pilotage technique sera désigné pour suivre l'adaptation de ces données, indices ou cotations à leur objet. L'objectif est de mettre à disposition des données opérationnelles dans des délais compatibles avec leur utilisation par les opérateurs, notamment lors des (re)négociations commerciales, si possible avec un historique suffisamment long et robuste, éventuellement retraitées (désaisonnalisées, par exemple), afin de permettre un calcul pertinent d'évolution des prix.

PILOTE

Etat : FranceAgriMer, INSEE, MAAF SSP (Services de la Statistique et de la Prospective) ;
Professionnels (FNSEA, Coop de France, ANIA, CGAD, CGI, FCD...), Interprofessions

Action nationale

CALENDRIER

2nd semestre 2013 : mise en place d'un premier groupe de travail
2014 : premier rendu.

Action N°3

Charte de bonnes pratiques sur les relations clients-fournisseurs dans la filière

A grey rectangular banner with white text, tilted slightly to the right. The text reads "RELATIONS AU SEIN DE LA FILIÈRE".

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Dans le but d'améliorer durablement les relations entre tous les maillons de la filière alimentaire, en particulier vis-à-vis de l'aval, il sera élaboré une charte volontaire de bonnes pratiques, qui devra être signée individuellement par le plus grand nombre d'entreprises possibles. Les fédérations professionnelles feront la promotion de cette charte.

Cette action vise à établir des "meilleures pratiques" qui pourraient être mises en place, afin de favoriser la création de valeur ajoutée tout au long de la filière. Elle aurait également comme vocation de parvenir à un meilleur respect de la propriété intellectuelle et de la propriété intellectuelle, en particulier pour les entreprises fabriquant des produits sous Marque de Distributeur.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Il sera rapidement mis en place un groupe de travail, réuni sous l'égide de la Médiation Inter Entreprises, qui regroupera tous les maillons de la filière pour établir les points qui, de l'avis général, nécessitent une amélioration ou un éclaircissement des pratiques. Il pourra être demandé de se référer à un contrat type de fabrication de MDD qui comporterait une clause obligatoire de confidentialité, de réservation voire d'indemnisation spécifique de savoir faire. Il s'agira en particulier de partir des acquis de la CEPC concernant les informations communiquées entre les parties au moment de l'établissement du cahier des charges et ce afin de veiller à ce que la propriété intellectuelle des entreprises, et notamment des plus petites soit parfaitement respectée. Cette charte portera par ailleurs sur les délais de préavis ou de prévenance et comportera également une recommandation de porter les litiges en priorité devant le Médiateur Inter Entreprises afin de favoriser une résolution amiable des conflits. La charte devra être approuvée par l'ensemble des représentants des maillons de la filière dans un esprit de co-construction et de création de valeur partagée.

PILOTE

Etat : Médiation Inter Entreprises ; Professionnels (ANIA, Coop de France, FCD, FCA...)

Action nationale

CALENDRIER

2nd semestre 2013 : mise en place du groupe de travail et finalisation de la charte

Début 2014 : signature de la charte

Action N°4

Label « Relations fournisseur responsables »

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Afin d'encourager tous les acteurs de la filière à participer à une amélioration durable des relations commerciales les unissant, il est important de distinguer celles faisant « preuve de relations durables et équilibrées avec leurs fournisseurs ». Une telle reconnaissance existe sous la forme du « label relations fournisseur responsables », label d'Etat attribué par un Comité d'attribution paritaire.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Il est prévu de constituer un groupe de travail ad hoc dès le mois de juillet 2013 co-piloté par la Médiation Inter Entreprises et l'ANIA (et/ou toute partie prenante souhaitant assurer la coordination du projet) afin d'adapter le label aux spécificités des entreprises de filière alimentaire. Ce travail de déclinaison passe dans un premier temps par la revue des éléments actuels constitutifs du label pour apprécier les éventuelles adaptations nécessaires. Ensuite sera revue de manière détaillée la méthodologie d'évaluation, le questionnaire et le calibrage des exigences du labellisateur. Ce travail sur la méthodologie permettra d'affiner le coût de l'évaluation, notamment pour la phase initiale, l'objectif étant de rendre la démarche de labellisation la plus accessible possible à tous les acteurs de la filière. Il s'agira également de réfléchir à la stratégie de promotion de ce label, aussi bien pour les entreprises (de l'amont jusqu'à la distribution en aval), qu'auprès du grand public et des consommateurs. Le label doit de fait constituer également un avantage compétitif pour les entreprises concernées.

PILOTE

Etat : Médiation Inter Entreprises ; Professionnels (ANIA, Coop de France, FCD, FCA)

Action nationale

CALENDRIER

2nd semestre 2013 : mise en place du groupe de travail

Fin 2013 : finalisation du label décliné

2014 : Promotion du label et recueil des candidatures

Action N°5

Médiation de filière

A grey rectangular banner with the text "RELATIONS AU SEIN DE LA FILIÈRE" in white, uppercase letters. The banner is tilted slightly upwards to the right and is attached to a thin vertical line on its left side.

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Depuis plusieurs années, les représentants des principaux distributeurs, de fédérations de distributeurs et des organisations représentatives des industriels, producteurs et transformateurs, ont travaillé dans le cadre d'un groupe de travail de filière, sur le sujet de l'amélioration des relations au sein de la filière.

Un constat a été partagé sur le besoin d'instaurer une « Instance de Médiation de Filière » co-construite entre la Médiation Inter-Entreprises et la filière, instance habilitée à recevoir en toute confidentialité les entreprises rencontrant des manquements à la charte ou tout autre conflit potentiel ou avéré dans la filière.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Trois actions majeures vont être mises en œuvre :

- Création d'une instance de médiation de filière agroalimentaire, co-construite entre la médiation Inter-Entreprises et la filière. Concrètement, la Médiation Inter-entreprises spécialise l'un de ses Médiateurs nationaux délégués sur la filière et la filière nomme une Personnalité Qualifiée pour promouvoir et assurer la mise en œuvre de la Médiation dans la filière.
- La filière s'engage à faire signer la Charte des Relations Inter-entreprises ou la charte de bonnes pratiques à l'ensemble de ses membres (cf fiches action n°3).
- La filière fera aussi la promotion du Label pour des Relations Fournisseur Responsables, qui vient attester que l'entreprise signataire de la Charte met effectivement en pratique les principes auxquels elle a adhéré (cf fiche action n°4).

PILOTE

Etat : Médiation Inter Entreprises ; Professionnels (ANIA, Coop de France, FCD, FCA...)

Action nationale

CALENDRIER

2nd semestre 2013 : mise en place de la Médiation de filière

Début 2014 : signature de la Charte des Relations inter-entreprises - lancement de l'expérimentation du Label décliné pour la filière

Etude prospective sur les consommateurs de demain

ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ACTION

Permettre la mise à disposition pour tous les acteurs de la filière d'une étude prospective et suivie dans le temps sur le thème de la modification structurelle du comportement des consommateurs français à l'horizon 2020. Cette étude profitera à l'amont jusqu'à l'aval en permettant d'anticiper les mutations de la consommation et d'adapter la structure de production ou de consommation en conséquence. Elle favorisera également l'émergence de stratégies commerciales en donnant à tous les acteurs un même niveau de visibilité et en encourageant les actes collaboratifs pour répondre à ces nouveaux défis. Elle aura vocation à être reconduite.

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Dans le cadre du groupe de travail Relations au sein de la Filière, il sera désigné un comité de pilotage en vue de la réalisation d'une étude prospective sur le consommateur alimentaire français à l'horizon 2020. Ce groupe de travail devra définir les contours souhaités, recenser les études déjà existantes couvrant tout ou partie des besoins identifiés, rédiger le cahier des charges de l'étude et en préparer l'appel d'offres. L'étude devra être un outil stimulant, utile pour tous les maillons de la filière, faisant appel à des prévisions économiques étayées, ainsi qu'à des études sociologiques et comportementales des consommateurs. Ce document devra permettre aux entreprises d'adapter leur vision stratégique pour tenir compte des évolutions prévisionnelles de la demande par secteur. Il ne pourra pas toutefois répondre aux besoins individuels et spécifiques de chaque entreprise. L'étude pourra bénéficier d'un financement conjoint entre les pouvoirs publics et les acteurs de la filière.

PILOTE

Groupe de travail Relations au sein de la filière

Action nationale

CALENDRIER

2nd semestre 2013 : mise en place du groupe de travail

Fin 2013 : finalisation du cahier des charges

Fin 2014 : diffusion de l'étude